



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD NEGOCIOS

---

ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

“CARACTERÍSTICAS DE LA ASOCIATIVIDAD APLICADA A LA PRODUCCIÓN DE TUNA EN COMUNIDAD DE LA HUARACLLA DISTRITO DE JESÚS PARA LA EXPORTACIÓN DE COSMÉTICOS A LA CIUDAD DE QUEBEC – CANADÁ, 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Leslie Yamileth Chávez Caruajulca  
Jesús del Milagro Carolina Cruzado Sánchez

**Asesor:**

Fernando Guerrero Figueroa

Cajamarca – Perú  
2017

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>x</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>13</b>
1.1. Realidad problemática .....	13
1.2. Formulación del problema.....	15
1.3. Justificación.....	15
1.3.1. <i>Justificación teórica</i> .....	15
1.3.2. <i>Justificación académica</i> .....	15
1.3.3. <i>Justificación Práctica</i> .....	15
1.3.4. <i>Justificación Valorativa</i> .....	15
1.4. Limitaciones .....	16
1.4.1. <i>Limitaciones Internas</i> .....	16
1.4.2. <i>Externas</i> .....	16
1.4.3. <i>Superación de limitaciones</i> .....	16
1.5. Objetivos .....	16
1.5.1. <i>Objetivo general</i> .....	16
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	17
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>18</b>
2.1. Antecedentes .....	18
2.1.1. <i>A nivel internacional</i> .....	18
2.1.2. <i>A nivel nacional</i> .....	21
2.1.3. <i>A nivel local</i> .....	23
2.2. Bases teóricas.....	27
2.2.1. <i>Asociatividad</i> .....	27
2.2.2. <i>Teoría del comercio internacional</i> .....	33
2.3. Definición de términos básicos .....	39
2.4. Hipótesis .....	39
2.4.1. <i>Hipótesis general</i> .....	39

<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>40</b>
3.1. Operacionalización de variables .....	40
3.1. Tipo de investigación .....	42
3.1.1. <i>Básica</i> .....	42
3.2. Diseño de investigación .....	42
3.2.1. <i>Método de investigación</i> .....	42
3.2.2. <i>Diseño de la investigación</i> .....	42
3.3. Unidad de estudio .....	42
3.4. Población .....	43
3.5. Muestra (muestreo o selección).....	43
3.5.1. <i>No probabilístico</i> .....	43
3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos .....	43
3.6.1. <i>Para recolectar datos</i> .....	43
3.6.2. <i>Validez de instrumentos</i> .....	44
3.6.3. <i>Para analizar información</i> .....	44
<b>CAPÍTULO 4. RESULTADOS .....</b>	<b>45</b>
4.1. Características de la asociatividad .....	45
4.1.1. <i>Características organizacionales</i> .....	45
4.1.2. <i>Características de la producción de tuna</i> .....	50
4.1.3. <i>Beneficios de la asociatividad</i> .....	56
4.1.4. <i>Características de la comercialización de tuna</i> .....	57
<b>CAPÍTULO 5. PRODUCTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL .....</b>	<b>59</b>
5.1. Idea de negocio.....	59
5.1.1. <i>Delimitación de idea de negocio</i> .....	59
5.1.2. <i>Depuración de ideas de negocio</i> .....	59
5.1.3. <i>Factores y subfactores de evaluación de Ideas planteadas</i> .....	60
5.1.4. <i>Ponderación de factores y sub Factores de evaluación</i> .....	61
5.1.5. <i>Evaluación de Ideas planteadas</i> .....	62
5.1.6. <i>Oportunidad identificada</i> .....	64
5.1.7. <i>Descripción de la idea de negocio</i> .....	64
5.1.8. <i>Descripción del equipo emprendedor</i> .....	64
5.1.9. <i>Descripción del producto</i> .....	69
5.1.10. <i>Clasificación Arancelaria</i> .....	75
5.2. Análisis del entorno.....	78
5.2.1. <i>Análisis del Ambiente Externo</i> .....	78
5.2.2. <i>Análisis de la industria</i> .....	88
5.2.3. <i>Análisis del ambiente interno</i> .....	88
5.3. Estudio de mercado .....	94
5.3.1. <i>Estudio de mercado</i> .....	94
5.3.2. <i>Metodología investigación de mercado</i> .....	96
5.3.3. <i>Resultados de la encuesta de aceptación del producto</i> .....	98
5.4. Planeamiento estratégico.....	102
5.4.1. <i>Visión</i> .....	102
5.4.2. <i>Misión</i> .....	102
5.5. Estructura de la empresa .....	105

5.5.1.	<i>Organigrama organizacional</i> .....	105
5.6.	Plan de marketing .....	105
5.6.1.	<b>Objetivos</b> .....	105
5.6.2.	<b>Segmentación del Mercado</b> .....	106
5.6.3.	<b>Posicionamiento del Producto</b> .....	106
5.6.4.	<b>Plan de Marketing</b> .....	106
5.7.	Plan de operaciones .....	110
5.7.1.	<i>Evaluación de localización de planta</i> .....	110
5.7.2.	<i>Evaluación de localidad planteadas</i> .....	110
5.7.3.	<i>Ubicación geográfica</i> .....	111
5.7.4.	<i>Maquinaria y herramientas</i> .....	113
5.8.	Plan de recursos humanos: .....	116
5.8.1.	<i>Definición del puesto:</i> .....	116
5.8.2.	<i>Responsabilidades y habilidades</i> .....	118
5.8.3.	<i>Proyección de gasto anual del RRHH</i> .....	119
5.9.	Responsabilidad social empresarial .....	120
5.10.	Plan financiero .....	121
5.10.1.	<i>Plan de inversión</i> .....	121
5.11.	Costos de producción .....	123
5.12.	Producción .....	129
5.12.1.	<i>Proyección de la producción</i> .....	129
5.12.2.	<i>Punto de equilibrio</i> .....	130
5.13.	Gastos de ventas .....	130
5.13.2.	<i>Gastos de exportación</i> .....	131
5.14.	Financiamiento .....	132
5.14.1.	<i>Supuestos</i> .....	132
5.14.2.	<i>Valor de cuota</i> .....	132
5.15.	Estados financieros .....	133
5.15.1.	<i>Balance general</i> .....	133
5.15.2.	<i>Estado de resultados</i> .....	134
5.15.3.	<i>Flujo de caja</i> .....	135
5.15.4.	<i>Indicadores financieros</i> .....	136
<b>CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN</b> .....		<b>137</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>139</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>141</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....		<b>142</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>144</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Barreras de la exportación .....	36
Tabla 2. Reglas Para Transporte Marítimo y Vías Navegadoras .....	38
Tabla 3. Siglas Incoterms .....	38
Tabla 4. Variable dependiente .....	41
Tabla 5. Especialistas .....	44
Tabla 6. Género del encuestado .....	45
Tabla 7. Edad del encuestado .....	45
Tabla 8. Número de capacitaciones .....	48
Tabla 9. Conocimiento de asociación .....	49
Tabla 10. Comercialización mediante proceso de manufactura .....	55
Tabla 11. Conocimiento de los beneficios de una asociación .....	56
Tabla 12. Mercado de comercialización .....	57
Tabla 13. Registro de ideas .....	59
Tabla 14. Proceso de depuración de ideas de negocio .....	59
Tabla 15. Factores de evaluación de ideas planteadas .....	60
Tabla 16. Ponderación de factores y sub factores .....	61
Tabla 17. Matriz de evaluación de Ideas- Cosméticos a base de Tuna .....	62
Tabla 18. Matriz de evaluación de Ideas- Franquicia de Restaurante .....	63
Tabla 19. Emprendimiento .....	64
Tabla 20. Proceso de Constitución empresarial .....	66
Tabla 21. Requisitos para la solicitud de registro de marca. ....	68
Tabla 22. Composición de labial en barra a base de tuna .....	69
Tabla 23. Línea Productos a base de tuna .....	69
Tabla 24. Gama de Productos a base de tuna .....	70
Tabla 25. Ficha Técnica de Labiales a base de Tuna .....	71
Tabla 26. Empaque primario .....	71
Tabla 27. Ficha técnica envase primario. ....	72
Tabla 28. Empaque de labial .....	72
Tabla 29. Ficha técnica envase secundario .....	72
Tabla 30. Información Técnica del Embalaje - Caja .....	73
Tabla 31. Información Técnica de Pallets .....	73
Tabla 32. Información técnica de Esquineros .....	74
Tabla 33. Información Técnica del Contenedor .....	74
Tabla 34. Clasificación arancelaria .....	75
Tabla 35. Datos históricos de los principales países exportadores .....	76
Tabla 36. Histórico de exportaciones de labiales .....	76
Tabla 38. Factor demográfico .....	78
Tabla 39. Factor Económico .....	79
Tabla 40. Factor Político .....	81
Tabla 41. Socio Cultural .....	82
Tabla 42. Factor Tecnológico .....	83
Tabla 43. Factor ambiental .....	84
Tabla 44. Factor externo consolidado .....	85
Tabla 45. CIIU .....	88
Tabla 46. Análisis de las fuerzas de Porter .....	89
Tabla 47. Cadena de valor de la producción de cosméticos .....	92
Tabla 48. Actividades de la empresa .....	92
Tabla 49. FODA .....	93
Tabla 50. Preguntas de Investigación .....	94
Tabla 51. Cuadro de estructuración de respuestas .....	95
Tabla 52. Cuadro de Objetivos de Estudio del Mercado .....	96
Tabla 53. Metodología de investigación .....	96
Tabla 54. Objetivos específicos .....	97
Tabla 55. Objetivos Específicos: Preguntas y estructuración de respuestas .....	97

Tabla 56. Lugar de adquisición del producto .....	100
Tabla 57. Opinión de compra .....	101
Tabla 58. Objetivos misión .....	103
Tabla 59. Ventaja estratégica .....	103
Tabla 60. Matriz ANSOFF .....	104
Tabla 61. Objetivos del marketing .....	105
Tabla 62. Segmentación .....	106
Tabla 63. Precio .....	107
Tabla 64. Principales Tiendas Especializadas en Quebec Canadá .....	108
Tabla 65. Criterios evaluación de localización de planta .....	110
Tabla 66. Evaluación .....	110
Tabla 67. Maquinaria y herramientas .....	113
Tabla 68. Responsabilidades .....	118
Tabla 69. Personal .....	119
Tabla 70. Activos fijos .....	121
Tabla 71. Intangibles .....	122
Tabla 72. Resumen de inversión .....	122
Tabla 73. Aportes de capital .....	123
Tabla 74. Materia prima .....	123
Tabla 75. Calculo anual de producción marmita (Labial) .....	123
Tabla 76. Calculo del costo de materia prima por año .....	124
Tabla 77. Servicios .....	127
Tabla 78. Empaque .....	127
Tabla 79. Costeo .....	128
Tabla 80. Calculo de la capacidad de producción .....	129
Tabla 81. Proyección de la producción .....	129
Tabla 82. Punto de equilibrio .....	130
Tabla 83. Marketing .....	130
Tabla 84. Gastos de exportación .....	131
Tabla 85. Taza de financiamiento .....	132
Tabla 86. Valor de cuota .....	132
Tabla 87. Balance general .....	133
Tabla 88. Estado de resultados .....	134
Tabla 89. Flujo de caja .....	135
Tabla 90. VAN Y TIR .....	136
Tabla 91. CAPM .....	136

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características de la asociatividad .....	28
Figura 2. Beneficios de la asociatividad .....	29
Figura 3. Ventajas de asociatividad .....	29
Figura 4. Oportunidades de la asociatividad .....	31
<b>Figura 5. Etapas de la Exportación .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 6. Tipo de Investigación .....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 7. Formación del encuestado .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 8. Proyectos en común .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 9. Riesgos en común .....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 10. Capacitaciones recibidas .....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 11. Temas de preferencia .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 12. Actividades económicas en asociaciones .....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 13. Tipo de producción .....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 14. Hectáreas destinadas a la producción de tuna .....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 15. Rendimiento por hectárea .....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 16. Tecnología en actividades agrícolas .....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 17. Tipo de tuna .....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 18. Plagas y enfermedades .....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 19. Tipo de riego .....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 20. Tipo de abono .....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 21. Estacionalidad .....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 22. Tipo de beneficios .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 23. Precio promedio de venta de la tuna .....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 24. Medio de transporte para la comercialización de tuna .....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 25. Razón Social .....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 26. Marca comercial .....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 27. Presentación del producto .....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 28. Presentación del producto .....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 29. Valores exportados datos históricos .....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 30. Las fuerzas de Porter .....</b>	<b>88</b>
<b>Figura 31. Género del Encuestado .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 32. Edad del cliente potencial .....</b>	<b>98</b>
<b>Figura 33. Opinión del producto .....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 34. Aspectos atractivos de los labiales elaborados a base de tuna .....</b>	<b>99</b>
<b>Figura 35. Medios de información sobre el producto .....</b>	<b>100</b>
<b>Figura 36. Razones .....</b>	<b>101</b>
<b>Figura 37. Intención de compra .....</b>	<b>102</b>
<b>Figura 38. Organigrama .....</b>	<b>105</b>
<b>Figura 39. Redes sociales .....</b>	<b>109</b>
<b>Figura 40. Localización geográfica de la planta .....</b>	<b>111</b>
<b>Figura 41. Distribución de planta de producción .....</b>	<b>112</b>
<b>Figura 42. Flujo grama de producción .....</b>	<b>115</b>
<b>Figura 43. Puestos laborales .....</b>	<b>116</b>

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, consiste en describir las características de la asociatividad aplicada a la producción de tuna en la comunidad de la Huaraclla del Distrito de Jesús para la exportación de cosméticos a la ciudad de Quebec – Canadá en el 2017.

La metodología de la investigación se realizó bajo el diseño descriptivo no experimental, obteniendo información de diversas fuentes primarias y secundarias, entrevistas de coordinación con los responsables del desarrollo de la producción de Tuna del Ministerio de Agricultura, encuestas a los productores y especialistas relacionados en el tema.

El problema de la investigación consiste en determinar qué características tiene la asociatividad aplicada a la producción de tuna en la comunidad de la Huaraclla distrito de Jesús para la exportación de cosméticos a la ciudad de Quebec – Canadá, 2017. Las características de asociatividad desarrollada por los productores de tuna en la comunidad de la Huaraclla del distrito de Jesús que viabilizan la producción y exportación de los labiales a base de tuna presentes en la comunidad son el trabajo en equipo, el aumento de la producción a través de la aplicación y desarrollo de los proyectos agrícolas promovidos y gestionados por el MINAGRI

Lo anterior favoreció para la formulación de conclusiones, las cuales pretenden ayudar al productor de tuna a obtener una visión general de las condiciones y características actuales de su producción, comercialización, asimismo la creación de valor a través del proceso de manufactura de su materia prima.

El plan de negocios es viable al contar con un VAN de S/. 125 433.20 y una TIR de 30%, la inversión total del proyecto es de S/. 151 422.00, el precio de venta del producto es de \$ 3.86 dólares americanos.

**Palabras claves: Tuna, Asociatividad, Cosméticos.**



## ABSTRACT

In the present research work, it consists in describing the characteristics of the associativity applied to the production of prickly pear in the Huaraclla community of the District of Jesus for the export of cosmetics to the city of Quebec - Canada in 2017.

The methodology of the research was carried out under the non-experimental descriptive design, obtaining information from various primary and secondary sources, coordination interviews with those responsible for the development of the Tuna production of the Ministry of Agriculture, surveys of the producers and related specialists in the theme

The problem of the research is to determine what characteristics associativity applied to the production of prickly pear in the Huaraclla district of Jesus for the export of cosmetics to the city of Quebec - Canada, 2017. The characteristics of associativity developed by the tuna producers in the Huaraclla community of the district that make viable the production and export of tuna-based labials present in the community are teamwork, increased production through the application and development of projects promoted and managed by MINAGRI.

The above favored for the formulation of conclusions, which aim to help the producer of tuna to obtain an overview of the conditions and current characteristics of their production, marketing, as well as the creation of value through the process of manufacturing their raw material.

The business plan is viable with a VAN of S/. 125 433.20 and a TIR of 30%, the total investment of the project is S /. 151 422, 000, the sale price of the product is \$ 3.86

**Keywords: Tuna, Associativity, Cosmetics.**

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## REFERENCIAS

- Alvear, G., & Santander, R. (2015). *Asociatividad de los productores de cacao fino y de aroma del recinto Playa de Muerto del Cantón Quinindé de la provincia de Esmeraldas, su transformación industrial y comercialización a través de la “junta pro mejoras” para la exportación a alemania*. tesis, Universidad de las Fuerzas Armadas, Quito. Recuperado el 16 de Setiembre de 2017, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12297/1/T-ESPE-057111.pdf>
- Arias, D., & Chirinos, H. (2015). *nivel de asociatividad empresarial de la asociación de productores de cultivos orgánicos de la provincia de La Unión para proponer un modelo competitivo de empresa asociativa*. Universidad Tecnológica del Perú. Arequipa: Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado el 21 de Setiembre de 2017, de <http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/90/6/101-0337-ANI.pdf>
- Callejas, C. (2017). factores de éxito de la asociación de tecnólogos y productores de Bilbao, una empresa asociativa en el posconflicto. *Equidad y Desarrollo*, 169-194. Recuperado el 14 de Setiembre de 2017, de file:///C:/Users/LESLIE/Downloads/3985-10883-1-PB.pdf
- Crúz, M. (2016). *Relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en los productores de ají amarillo seco (capsicum baccatum) de Sama Inclán Proter-Tacna, 2015*. Tesis, Universidad Privada de Tacna, Tacna. Recuperado el 22 de Setiembre de 2017, de <http://repositorio.upd.edu.pe/bitstream/UPT/81/1/cruz-cruz-marily.pdf>
- Llique, R. (2016). *Asociatividad y ex'portación pára los productores de chirimoya de los distritos de San Juan y La Asunción-cajamarca, orientadas al mercado de Estados Unidos, en el año 2016*. Cajamarca. Recuperado el 14 de Setiembre de 2017, de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/10194>
- Mincetur. (2013). *Asociatividad para el Comercio Exterior*. Lima. Recuperado el 20 de Setiembre de 2017, de file:///F:/TESIS%20CULTUA%20EXPORTADORA%20Y%20ASOCIATIVIDAD/ASOCIATIVIDAD/Guia\_12\_Asociatividad\_Comercio\_Exterior\_2014\_keyword\_principal.pdf
- Narváez, C. (2014). Asociaciones y cooperativas: factores internos y externos que influyen en su estabilidad y eficiencia. una reflexión sobre el caso de Viotá, Cundinamarca. *Cooperativismo y Desarrollo*, 22(104), 63-81. Recuperado el 14 de Setiembre de 2017, de file:///C:/Users/LESLIE/Downloads/971-3224-1-PB.pdf
- Paredes, Y., & Ugas, C. (2016). *Asociatividad de los productores de lupino de la cooperativa agraria de trabajadores de Llucllapuquio - Chetilla, para la exportación de bebida funcional a la ciudad de Colonia- Alemania, 2016*. Tesis, Universidad Privada del Norte, Cajamarca. doi:TES658.18PARE
- Ramón, J. M., & López, J. y. (2013). La gestión de las relaciones con clientes en empresas industriales. Nivel dedesarrollo y generación de beneficios. *DYNA MANAGMENT*, 13. Recuperado el 1 de Setiembre de 2017, de <http://www.revistadyna.com/Documentos/pdfsMN%5C5839DYNAINDEX.pdf>
- Rea, A., García, N., & Galindo, E. (2014). *Propuesta de mejoramiento de la cadena de comercialización de papa nativa en el mercado de quito, para pequeños productores del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi, a través del modelo asociativo*. Universidad Central del Ecuador. Quito: UCE. Recuperado el 22 de Setiembre de 2017, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3151/1/T-UCE-0005-456.pdf>
- Rea, A., Moreno, E., & Pacas, W. (2017). *Proponer un programa de asociatividad para los pequeños productores de maíz en la parroquia de Calacalí*. Universidad Central del Ecuador. Quito: UCE. Recuperado el 21 de Setiembre de 2017, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9786/1/T-UCE-0005-023-2017.pdf>
- Renart, L. (2004). *iese.edu.com*. Recuperado el 12 de Agosto de 2017, de <http://www.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-15.pdf>
- Rojas, C. (2008). *Propuesta de implementación de un CRM para PYMES en el sector textil*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 1 de Setiembre de 2017, de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2650/1/Lagos\\_rc.pdf](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2650/1/Lagos_rc.pdf)

- Rosal, L. (2016). *ESAN*. Recuperado el 12 de Agosto de 2017, de <http://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/04/el-crm-y-la-fidelizacion-de-clientes/>
- Ruíz, S. (2016). El sector agroalimentario y su competitividad a partir de modelos asociativos. *ingeniería industrial*. Recuperado el 14 de Setiembre de 2017, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362016000300011](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300011)
- Salgado, E. (2014). *el fomento del papel de las asociaciones y fundaciones en Europa*. Comunicación de la Comisión, España. Recuperado el 15 de Setiembre de 2017, de [file:///C:/Users/LESLIE/Downloads/orgfd\\_es\\_460.pdf](file:///C:/Users/LESLIE/Downloads/orgfd_es_460.pdf)
- Sánchez, D. (2014). *el impacto de la asociatividad en el nivel de ingresos de los productores agrícolas en la parroquia pasa del Cantón Ambato*. Universidad Técnica de Ambato. Ambato-Ecuador: Universidad Técnica de Ambato. Recuperado el 22 de Setiembre de 2017, de <http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/21015/1/T2849i.pdf>
- Santiago, D., Cruz, B., Acevedo, J., Ruíz, A., & Regino, J. (2015). Asociatividad para la competitividad en la agroindustria de Oaxaca, México. *REVISTA MEXICANA DE AGRONEGOCIOS*. Recuperado el 13 de Setiembre de 2017, de <http://www.redalyc.org/html/141/141324080003/>
- SIICEX. (2014). Recuperado el 12 de Octubre de 2017, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/Tuna.pdf>
- Vásquez, P., & Zapata, J. (2015). *Estudio de los factores que influyen en la asociatividadde Iso productores de mango del valle Motupe-Olmos*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado el 21 de Setiembre de 2017, de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/27/1/TL\\_VasquezMarrufoPilar\\_ZapataMedinaJoseLuis.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/27/1/TL_VasquezMarrufoPilar_ZapataMedinaJoseLuis.pdf)
- Yépez, J., & Carriel, R. (2016). *Estudio de asociatividad basado en economía popular y solidaria para los pequeños productores de arroz del Recinto Yurima de la Parroquia Laurel, Cantón Daule de la provincia del Guayas*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Guayaquil: Guayaquil: ULVR. Recuperado el 21 de Setiembre de 2017, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1675/1/T-ULVR-1166.pdf>
- Zambrano, M. (2015). *Estrategias de asociatividad para el sector cafetalero de la federación regional de asociaciones de pequeños cafetaleros ecológicos del sur (FAPECAFES) de la ciudad de Loja*. Escuela Politécnica Nacional. Quito : EPN, 2015. Recuperado el 21 de Setiembre de 2017, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/10527>